

Opini Publik Mengenai Kampanye Politik Dan Elektabilitas Partai Demokrasi

Indonesia Perjuangan

(Analisis Isi Deskriptif Kolom Komentar Kompas.com Pada Pemilu Legislatif 2014)

Mega Putri Salim / Yudi Perbawaningsih

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta,
Jl. Babarsari No. 6 Yogyakarta 55281

Abstrak

Kampanye politik dilaksanakan partai politik untuk memperoleh opini publik yang positif dan elektabilitas partai yang tinggi. Tahun 2014 merupakan tahun pemilu. Salah satu peserta pemilu legislatif adalah PDI Perjuangan. PDI Perjuangan memiliki elektabilitas tertinggi dibandingkan partai lain berdasarkan *quick count* Kompas yaitu 19,24%. Opini publik mengenai kampanye PDI Perjuangan seharusnya sesuai dengan elektabilitas partai. Hal tersebut dijelaskan Leon Festinger dalam Teori Konsistensi.

Teori ini menjelaskan bahwa sikap seseorang akan konsisten dengan perilakunya. Sikap dapat dilihat dari arah opini publik mengenai kampanye politik, sedangkan perilaku dapat dilihat dari tingkat elektabilitasnya. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui arah opini publik mengenai kampanye politik dan elektabilitas PDI Perjuangan.

Peneliti menggunakan metode analisis isi untuk mengetahui arah opini publik di kolom komentar Kompas.com periode 16 Maret – 6 April 2014. Komponen kampanye yang dianalisis adalah sumber kampanye dan pesan kampanye. Arah opini publik dalam penelitian ini adalah menyenangkan, tidak menyenangkan, dan netral.

Temuan data peneliti menunjukkan arah opini publik mengenai kampanye partai ini adalah menyenangkan, yang berarti publik menyukai kampanye PDI Perjuangan. PDI Perjuangan juga memenangkan pemilu dengan perolehan elektabilitas 18,95%. Temuan data peneliti menunjukkan arah opini publik yang menyenangkan sesuai dengan elektabilitas partai yang tinggi dibandingkan partai lain.

Kata kunci: Kampanye politik, opini publik, elektabilitas, Teori Konsistensi



1. Latar Belakang

Indonesia mengadakan pemilu pada tahun 2014. Komisi Pemilihan Umum menetapkan 15 partai politik yang dapat mengikuti pemilu 2014. Salah satu peserta pemilu legislatif 2014 adalah Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan). Partai ini didirikan oleh Megawati Soekarnoputri pada tanggal 14 Februari 1999. PDI Perjuangan melaksanakan kampanye politik untuk memperoleh suara masyarakat.

Megawati telah memilih beberapa juru kampanye untuk menyampaikan pesan politik. Peran juru kampanye sangat penting untuk merebut simpati publik. Salah satu juru kampanye PDI Perjuangan adalah Joko Widodo atau biasa dipanggil Jokowi. Kampanye PDI Perjuangan dilaksanakan sejak 16 Maret 2014 hingga 6 April 2014.

Dalam wawancaranya dengan Kompas.com Jokowi mengatakan Kampanye PDI Perjuangan tidak akan menggunakan gaya kampanye lama, seperti mengumpulkan massa di lapangan, membacakan visi-misi, dan diselingi musik dangdut. Tahun ini, Kampanye PDI Perjuangan akan dimulai di lokasi bersejarah seperti Museum Kebangkitan Nasional, Gedung Kongres Pemuda, maupun Gedung Pancasila. PDI Perjuangan pun melakukan kampanye *blusukan* di pasar-pasar. (<http://nasional.kompas.com/>, diakses tanggal 12 April 2014).

Opini publik mengenai Kampanye PDI Perjuangan beragam. Ada yang menyukai dan ada yang tidak menyukai kampanye politik ini. *Quick count* Kompas tanggal 9 April 2014 memprediksi PDI Perjuangan memenangkan pemilu legislatif

dengan perolehan suara sebanyak 19,24%. Hal ini berarti PDI Perjuangan memiliki elektabilitas yang tinggi.

Tingginya elektabilitas partai seharusnya diikuti oleh opini publik yang positif. Hal ini dijelaskan Leon Festinger dalam Teori Konsistensi. Teori ini menjelaskan perilaku individu seharusnya konsisten dengan sikapnya. Sikap masyarakat dapat ditunjukkan melalui opini publik. Sedangkan perilaku memilih dapat ditunjukkan melalui elektabilitas partai.

Teori Konsistensi pernah digunakan Mullainathan dan Washington (2007) untuk menjelaskan perilaku pemilih di Amerika. Mereka memprediksi perilaku pemilih melalui opini publik tentang kandidat politik. Penggunaan Teori Konsistensi untuk menjelaskan perilaku pemilih juga dilakukan oleh McGregor pada tahun 2012. Hasil penelitiannya menunjukkan sikap dan perilaku pemilih di Kanada dapat berubah berdasarkan evaluasi pemilu sebelumnya (www.academia.edu , diakses tanggal 20 Agustus 2014).

Salah satu penelitian mengenai karakteristik pemilih di Indonesia dilakukan oleh M. Rosit (peneliti *The Political Literacy Institute* Jakarta) pada tahun 2013. M. Rosit mengatakan bahwa perilaku pemilih di Indonesia masih labil dan apatis dikarenakan pengetahuan politik yang kurang dan cenderung memilih mengikuti teman sepermainannya.

Melihat karakter pemilih di Indonesia yang labil, peneliti tertarik meneliti relevansi Teori Konsistensi dalam konteks politik di Indonesia. Peneliti menganalisis opini publik mengenai Kampanye PDI Perjuangan di kolom komentar Kompas.com.

Berdasarkan Teori Konsistensi, opini publik mengenai kampanye partai ini seharusnya sesuai dengan elektabilitasnya.

Kompas.com dipilih sebagai media analisis karena dua alasan. Yang pertama, Kompas merupakan salah satu media yang netral dalam pemberitaan (Hamad, 2004 : 119). Artinya, dalam pemilu 2014 pemberitaan Kompas tidak memihak pada satu partai tertentu. Kedua, PT. Kompas Gramedia Nusantara diverifikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai lembaga yang dapat melaksanakan survei opini dan hitung cepat pemilu 2014 (*kpu.go.id* , diakses tanggal 8 April 2014).

2. Tujuan

Mengetahui arah opini publik mengenai kampanye politik dan elektabilitas PDI Perjuangan di Kompas.com pada pemilu legislatif 2014.

3. Hasil

a. Arah Opini Publik Mengenai Kampanye PDI Perjuangan

Arah opini dalam penelitian ini dibagi ke dalam tiga kategori yaitu menyenangkan, tidak menyenangkan, dan netral. Opini yang menyenangkan menunjukkan sikap publik menyukai kampanye. Opini menyenangkan merupakan komentar yang berisi pujian, sanjungan, atau pernyataan mendukung kampanye atau PDI Perjuangan dalam pemilu 2014.

Opini tidak menyenangkan berarti publik tidak menyukai kampanye PDI Perjuangan. Opini tidak menyenangkan berupa komentar yang mengkritik,

mencelah, meremehkan, atau pernyataan tidak mendukung kampanye atau PDI Perjuangan dalam pemilu 2014. Sedangkan, opini netral berarti publik tidak menunjukkan sikapnya, publik hanya memberikan saran. Berikut hasil temuan data arah opini publik mengenai Kampanye PDI Perjuangan.

TABEL 1
Arah Opini Publik Mengenai Kampanye PDI Perjuangan

KOMPONEN KAMPANYE	ARAH OPINI			JUMLAH
	MENYENANGKAN	TIDAK MENYENANGKAN	NETRAL	
Sumber				
• Kepercayaan	51	29	7	87
• Keahlian	28	12	1	41
• Daya Tarik	24	3	-	27
• Pendukung	8	-	-	8
Pesan				
• Aktivitas	13	12	4	29
• Informasi	33	2	2	37
TOTAL				229

Tabel 1 menunjukkan mayoritas publik menyukai kampanye PDI Perjuangan. Sumber dan pesan kampanye mendapatkan lebih banyak arah opini yang menyenangkan. Meskipun demikian, pada komponen tertentu terdapat jumlah arah opini tidak menyenangkan yang cukup banyak.

Kampanye PDI Perjuangan merupakan kampanye pemilu legislatif, dimana Jokowi ditunjuk sebagai juru kampanye partai. Peneliti menemukan komentar mengenai Kampanye PDI Perjuangan sering dikaitkan dengan rekam jejak politik Jokowi. Saat ini Jokowi memang sedang ramai diperbincangkan masyarakat karena keberhasilannya memimpin kota Solo dan kemenangannya pada pemilu

Gubernur DKI Jakarta. Jokowi juga mencalonkan diri sebagai presiden 2014. Berikut pembahasan arah opini publik mengenai sumber kampanye.

Komentar mengenai kepercayaan berkaitan dengan bagaimana sikap Jokowi di mata publik. Hasil temuan data peneliti adalah lebih banyak opini yang menyenangkan mengenai sikap Jokowi. Jokowi mendapatkan kepercayaan publik karena dinilai pro rakyat, jujur, dan peduli pada kondisi rakyat. Penilaian publik ini didasarkan pada kampanye *blusukan* PDI Perjuangan. Pada kampanye ini Jokowi bersedia berbicara pada pedagang, memuji barang dagangan, dan membeli dengan harga yang lebih tinggi. Publik banyak yang memuji aktivitas Jokowi ini. Selain itu, publik juga mengatakan menyukai juru kampanye PDI Perjuangan ini karena tidak menjelek-jelekan lawan politik saat berkampanye.

Berkaitan dengan aspek kepercayaan, peneliti juga menemukan publik yang menganggap Jokowi sebagai pembohong. Hal ini dikarenakan pencalonan Jokowi sebagai presiden saat ia masih menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta. Jokowi dianggap ambisius dan hanya alat partai. Berikut kutipan komentar pada aspek kepercayaan:

“Inilah kehebatan Bung Jokowi. Tinggi rasa kemanusiaannya, selalu menjaga etika, tidak mengkritik, mencaci, menyindir orang atau kelompok lain. Dia hanya menyediakan waktu mengurus rakyatnya.” (Kumelembua, 30 Maret 2014, 21:50 WIB)

“Awalnya saya kira Jokowi sederhana. Tapi setelah jadi capres PDIP kok kesan sederhannya hilang? Yang muncul pencitraan berlebihan dan kelihatan ambisius.” (Hendra Guta, 30 Maret 2014, 23:26 WIB)

“Jokowi hanya alat partai yang diperintah mega untuk nyapres, artinya Jokowi akan selalu patuh sama mega, itu kan boneka mega namanya, gak jadi coblos PDIP dan Jokowi ah” (Legiman, 6 April 2014, 12:23 WIB)

Di kolom komentar Kompas.com, ditemukan pula penilaian publik terhadap kemampuan dan pengalaman politik Jokowi. Hasilnya dapat dilihat pada kolom keahlian di tabel 3. Berikut kutipan komentarnya:

“Ini faktanya, Jokowi sudah sukses dengan KJS, KJP, Rusunawa, Kampung Deret, Lelang Jabatan untuk PNS berprestasi. Coblos PDIP/ No. 4 untuk mendukung Jokowi.” (Kretasorong, 6 April 2014, 12:13 WIB)

“Blusukan terus, konsep pemerintahannya gimana? Plesiran keliling Indonesia terus? Gak kerja dong. ” (Deksoni, 28 Maret 2014, 14:07 WIB)

Pengalaman politik Jokowi ternyata belum cukup untuk meyakinkan publik. Selain opini yang menyenangkan, terdapat pula opini yang tidak menyenangkan mengenai keahlian sumber kampanye. Publik yang meragukan kemampuan politik Jokowi dikarenakan dalam berkampanye, Jokowi tidak menunjukkan visi misi dan program kerja yang jelas.

Temuan data peneliti selanjutnya menunjukkan kesederhanaan adalah daya tarik Jokowi ketika berkampanye. Tidak hanya pada pemberitaan, pada kolom komentar pun banyak publik yang menyukai sosok Jokowi yang sederhana. Publik mengatakan senang membaca berita mengenai antusias masyarakat mengikuti Kampanye PDI Perjuangan yang dilaksanakan Jokowi.

“Pak Jokowi memang asli orang sederhana. Bukan seperti yang lain yang bicara ekonomi kerakyatan sambil naik jet pribadi ke Maldives, atau naik kuda 3 milyar.” (Santi Fatimah, 30 Maret 2014, 18:27 WIB)

Selain daya tarik, penggunaan bahasa Jokowi juga menjadi sorotan publik. Salah satu kampanye yang mendapat banyak komentar menyenangkan adalah kampanye PDI Perjuangan di Papua. Jokowi menyampaikan kalimat, *“Saya datang ke Papua karena apa, karena matahari terbitnya di Papua. Dan saya yakin, persoalan-persoalan di Papua akan bisa diselesaikan dengan hati”*. Publik menilai ucapan Jokowi ini adalah ucapan yang menyentuh hati.

“Ucapan yang menyentuh hati. Saya datang ke Papua karena apa, karena matahari terbitnya di Papua. Dan saya yakin, persoalan-persoalan di Papua akan bisa diselesaikan dengan hati, ucap Jokowi” (User, 6 April, 09:56 WIB)

Peneliti juga menemukan beberapa saran dari publik berkaitan dengan pencalonan Jokowi sebagai presiden. Publik meminta Jokowi memperbaiki sistem pemerintahan, memperhatikan rakyat kecil, dan tidak menjadi alat partai politik untuk memperoleh kekuasaan. Publik juga berharap Jokowi memprioritaskan pembangunan di Jayapura dan dapat menghapus kebencian masyarakat Papua karena permasalahan Orde Baru.

“Saya sumbang saran kalau Jokowi jadi presiden harus amanah, mengangkat derajat kehidupan rakyat kecil. Jangan menyuruh kader di DPR mengeruk anggaran negara buat pribadi/golongan.” (Hendi Suhendi, 7 April 2014, 07:20 WIB)

“Mudah-mudahan dukungan rakyat Papua kepada Jokowi bisa menghapus kebencian rakyat Papua kepada tentara kita jaman Orde Baru yang sekarang sibuk nyapres.” (Primo Hadijah, 6 April 2014, 19:12 WIB)

Paparan sebelumnya merupakan temuan data arah opini publik mengenai sumber kampanye PDI Perjuangan. Arah opini publik mengenai sumber kampanye PDI Perjuangan adalah menyenangkan, yang berarti mayoritas publik menyukai Jokowi. Berikutnya, peneliti akan membahas temuan data arah opini publik mengenai pesan kampanye PDI Perjuangan.

Dalam penelitian ini, aktivitas kampanye PDI Perjuangan adalah orasi di lapangan terbuka dan *blusukan* di pasar-pasar. Sedangkan informasi yang disampaikan Jokowi adalah ajakan memenangkan PDI Perjuangan dalam pemilu legislatif 2014. Jokowi menjanjikan apabila PDI Perjuangan menang dalam pemilu, ia akan menyusun parlemen yang kuat tanpa lobi politik. Jokowi juga menambahkan publik harus mencoblos PDI Perjuangan apabila publik menginginkannya menjadi presiden.

Tabel 3 di atas menunjukkan arah opini publik mengenai pesan kampanye PDI Perjuangan adalah menyenangkan. Publik menyukai aktivitas dan informasi yang disampaikan Jokowi dalam kampanye PDI Perjuangan. Kampanye PDI Perjuangan dinilai sebagai bentuk kepedulian terhadap rakyat kecil dan sederhana. Publik menyukai kampanye ini karena terlepas dari kesan mewah, tanpa panggung dan artis dangdut. Dalam berkampanye Jokowi juga tidak menjelek-jelekan lawan politik sehingga kampanye PDI Perjuangan ini disukai oleh publik.

“Kampanye yang sederhana, berbiaya murah, efektif, bebas dari pornoaksi, bebas dosa karena gak pake jelek-jelekin orang lain.” (Mas W, 29 Maret 2014, 10:32 WIB)

“Ini menunjukkan kepedulian Jokowi pada pengusaha kecil dan mendorong penggunaan produk dalam negeri. Tanpa keluar miliaran untuk kampanye, cara

ini lebih menyentuh hati pemilih. Semakin mantap coblos no 4 dan Jokowi.”
(Diki, 30 Maret 2014, 14:57 WIB)

Dalam kolom komentar Kompas.com publik menyatakan diri mendukung PDI Perjuangan dalam pemilu legislatif 2014. Selain itu, ditemukan pula komentar yang ikut mengajak publik memilih PDI Perjuangan dalam pemilu legislatif 2014.

Pesan kampanye PDI Perjuangan juga mendapatkan arah opini yang tidak menyenangkan. Beberapa publik di kolom komentar Kompas.com mengatakan Kampanye PDI Perjuangan adalah pencitraan palsu dan merupakan bentuk *money politic*.

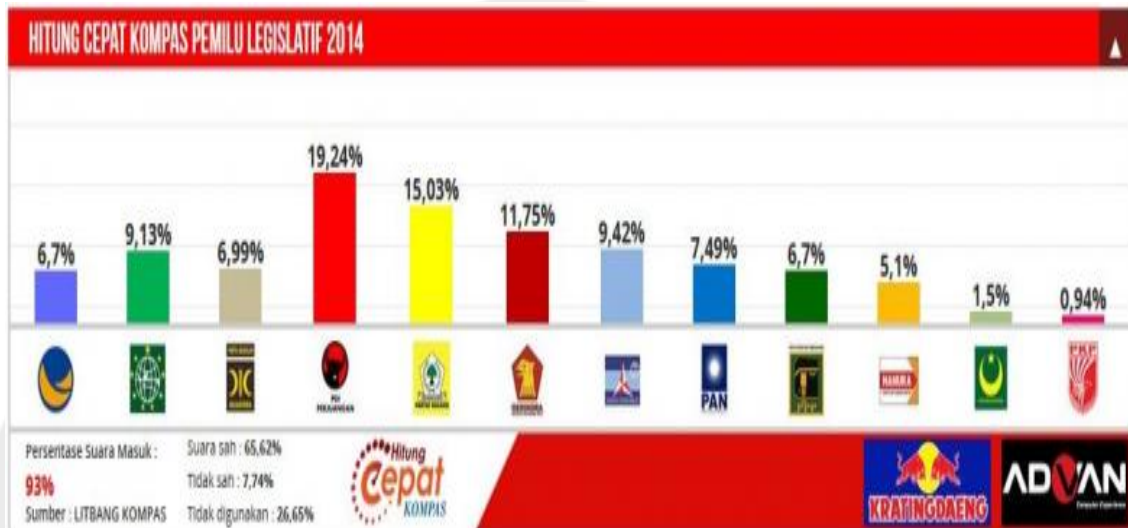
“Tas aja diberitain, benar-benar pencitraan palsu berkedok media. Muka rakyat hanya mencari sensi saja. Gaya artis!” (Iwan Irawan Wijaya, 30 Maret 2014, 04.43 WIB)

“Jokowi dan PDIP adalah kapitalis liberal berkedok sosialis wong cilik. Ini termasuk *money politic* dalam kampanye.” (John Simanjuntak, 29 Maret 2014, 18.44 WIB)

b. Elektabilitas PDI Perjuangan

Elektabilitas merupakan kesediaan masyarakat memilih seseorang atau partai dalam pemilu. Survei elektabilitas biasa disebut sebagai *quick count*. Partai politik dapat melakukan survei elektabilitas untuk mengetahui perolehan suara sementara. Salah satu lembaga yang mendapatkan verifikasi Komisi Pemilihan Umum untuk melakukan *quick count* adalah PT Kompas Gramedia Nusantara. Hasil quick count tersebut dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini.

Gambar 1. Hitung Cepat Kompas



sumber: *nasional.kompas.com*

PDI Perjuangan unggul dengan perolehan suara 19,24%. Hasil *quick count* tersebut tidak berbeda jauh dengan hasil pemilu legislatif yang dilaksanakan pada 9 April 2014. PDI Perjuangan memenangkan pemilu legislatif dengan perolehan suara 18,95%. Temuan data tersebut menunjukkan PDI Perjuangan memiliki elektabilitas paling tinggi dibandingkan partai lainnya.

4. Analisis

Arah opini publik mengenai kampanye PDI Perjuangan adalah menyenangkan. Artinya publik menyukai kampanye dan bersedia memilih PDI Perjuangan dalam pemilu 2014. Arah opini yang menyenangkan disebabkan oleh dua faktor, yaitu pemilihan sumber kampanye yang tepat dan pesan kampanye sesuai dengan keinginan khalayak.

Selain mendapatkan arah opini yang menyenangkan, Kampanye PDI Perjuangan berhasil membuat elektabilitas partai yang cukup tinggi berdasarkan *quick count* Kompas. PDI Perjuangan memperoleh suara sebesar 19,24%. Angka tersebut hampir mencapai standar elektabilitas partai yang ditentukan undang-undang yaitu 20%. Meskipun elektabilitas partai tidak mencapai standar undang-undang, tetapi PDI Perjuangan berhasil memenangkan pemilu legislatif 2014 dengan perolehan suara sebesar 18,95%.

PDI Perjuangan telah mencapai tujuan kampanye yaitu perubahan sikap dan perilaku khalayak. Perubahan sikap ditunjukkan melalui arah opini publik menyenangkan. Sedangkan perubahan perilaku dapat dilihat dari menangnya PDI Perjuangan pada pemilu legislatif 2014. Penelitian ini menunjukkan Teori Konsistensi relevan diterapkan dalam politik Indonesia. Hasil opini publik yang menyenangkan sesuai dengan elektabilitas partai.

Menurut analisis peneliti, hal ini dapat terjadi karena karakteristik pembaca Kompas.com. Mayoritas pembaca Kompas.com adalah masyarakat berpendidikan tinggi (minimal S1) dengan pendapatan rata-rata Rp 6 juta setiap bulannya. Intensitas penggunaan internet cukup tinggi yaitu 67% di kantor, 71% di rumah, dan 55% saat berpergian. Sebagian besar aktivitas mengakses internet adalah mencari informasi dan menggunakan jejaring sosial. Dapat disimpulkan bahwa pembaca Kompas.com bukanlah pemilih pemula yang tidak memiliki pengetahuan politik. Referensi politik dapat diperoleh dari pemberitaan media maupun teman di jejaring sosial. Karena pendidikan tergolong tinggi, pembaca juga dapat menilai sendiri aktivitas politik partai.

Karakteristik publik dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memiliki referensi politik yang cukup dan tingkat pendidikan yang tinggi. Publik dengan karakteristik seperti ini cenderung konsisten dalam berperilaku. Ketika kampanye politik dinilai menyenangkan, maka ia akan memilih partai tersebut dalam pemilu. Dengan demikian, kampanye politik memiliki peran penting dalam mempengaruhi opini publik dan perilaku pemilih di Indonesia.

5. Kesimpulan

PDI Perjuangan melaksanakan dua aktivitas kampanye yaitu blusukan di pasar-pasar dan orasi di lapangan terbuka. Mayoritas arah opini publik mengenai kampanye PDI Perjuangan adalah menyenangkan. Yang berarti publik menyukai kampanye partai ini. Adapun komponen kampanye yang diteliti adalah sumber dan pesan kampanye. Opini mengenai sumber kampanye dikategorikan menjadi 4 aspek yaitu kepercayaan, keahlian, daya tarik, dan faktor pendukung. Sedangkan pesan kampanye dibagi menjadi 2 yaitu aktivitas dan informasi.

Publik menyukai kampanye PDI Perjuangan dikarenakan kampanye partai ini dinilai sederhana dan menyentuh hati masyarakat. Sumber kampanye PDI Perjuangan, Jokowi mendapat kepercayaan publik karena dinilai sederhana dan pro rakyat kecil. Oleh karena itu publik menyatakan akan mendukung PDI Perjuangan dalam pemilu 2014.

Arah opini publik ini sesuai dengan elektabilitas PDI Perjuangan yang tinggi pada pemilu legislatif 2014, yaitu 18,95%. Dengan demikian, kesimpulan dari penelitian ini adalah Teori Konsistensi relevan untuk diterapkan dalam konteks

politik di Indonesia. Masyarakat Indonesia (dalam penelitian ini pembaca Kompas.com) konsisten antara sikap dan perilakunya.

Berdasarkan data dari Kompas.com, pembaca Kompas.com adalah masyarakat yang berpendidikan tinggi dan sering mengakses internet untuk mencari informasi. Sehingga masyarakat tidak lagi kekurangan referensi mengenai partai politik. Karakteristik pembaca tersebut membuat seseorang lebih rasional. Ia akan konsisten antara sikap dan perilakunya. Ketika kampanye politik dinilai menyenangkan, maka ia akan memilih partai tersebut dalam pemilu.

6. Daftar pustaka

Hamad, Ibnu. 2004. **Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa**. Jakarta : Granit (diakses 25 Maret 2014) dari (<http://books.google.co.id/>).

Mullainathan, S. dan Ebonya Washington. 2007. **Sticking With Your Vote: Cognitive Dissonance and Political Attitudes**. Havard University dan Yale University.

Rosit, M. 2013. **Melirik Potensi Pemilih Pemula Pada Pemilu 2014**. (diakses tanggal 25 Maret 2014) dari (<http://news.liputan6.com/read/558286/melirik-potensi-pemilih-pemula-pada-pemilu-2014>).

West dan Turner. 2008. **Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi**. Jakarta : Salemba Humanika.

kpu.go.id , diakses tanggal 8 April 2014

<http://nasional.kompas.com/> , diakses tanggal 12 April 2014